

ЗМІСТ ЖУРНАЛУ "МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ" ЗА 2009 Р.

НОВИНИ УКРАЇНСЬКОГО МАРКЕТИНГУ

Сокол М.П. Вплив макроекономічної ситуації на ринок легкових автомобілів в Україні	№ 1 (53) - с. 4-2
Ліфанов С.М. Який шанс криза дає B2B маркетингу?	№ 3 (55) - с.4-8
Чернова І.М. Скористаємося кризою, або як увійти у двері, що відкрили?	№ 3 (55) - с.9-10
Десята міжнародна науково-практична конференція "Маркетинг в Україні"	№5 (57) - с. 4-9
Практикум-клуб УАМ "Кваліфікація маркетологів" в рамках проведення Дня студента на виставці REX	№5 (57) - с. 9-14

СЕРТИФІКАЦІЯ МАРКЕТОЛОГІВ

Грінберг Г.Л., Солнцев С.О., Черненко О.В. Сертифікація маркетологів - нагальна потреба часу.	№ 2 (54) - с.4-5
Кваліфікаційні іспити, які відбулися у м. Одеса 14-15 квітня 2009 р..	№ 2 (54) - с.6-7
Мельников С.М., Голованова М.А., Програма сертифікації маркетологів та ремаркетинг професії	№ 3 (55) - с.66
Сертифікації у Харкові	№ 3 (55) - с.67-68
Визначені і нагороджені переможці конкурсу "Молодь опановує маркетинг"	№3 (55) - с. 69

КОМУНІКАЦІЇ: РЕКЛАМА, PUBLIC RELATIONS

Прогнози УАДМ щодо обсягу ринку директ - маркетингу на 2009 рік	№ 1 (53) - с.36
Матвійчик-Соскіна Н.О. Тенденції та шляхи розвитку мобільного маркетингу як інновації	№ 1 (53) - с.37-41
Майстер-клас Гаретта Джонсона. "Нові маркетингові технології. Анархія переможе!	№ 3 (55) - с.30-32
Київський міжнародний фестиваль реклами	№ 3 (55) - с.33-35
Форум "Дні директ - маркетингу в Україні" зібрав найкращих!	№ 3 (55) - с.36
Таранська О.Є. Стратегічне планування у рекламних агентствах	№ 3 (55) - с.37-38
Телетов О.С., Івашова Н.В.. Оцінка якості комунікацій промислових підприємств на прикладі хімічної галузі	№4 (56). - с.17 -21
Пилипчук В.П., Данніков О.В.. Маркетингове забезпечення якості освітніх послуг	№4 (56). - с.22 - 28
Доронін В.В.. Тренд здорових напоїв на ринку безалкогольної продукції України	№4 (56). - с. 29- 31
Ковальчук С.В., Тябіна О.С. Сучасний "партизанський маркетинг"	№5 (57) - с. 38-40
Примак Т.О. Маркетингові дослідження української ментальності, або хто такий українець	№5 (57) - с. 41-48
Вакалюк А.В., Лазебник М.Р.. Обсяг рекламно - комунікаційного ринку України у 2009 р. і прогноз на 2010 р. Експертна оцінка Всеукраїнської Рекламної Коаліції	№6 (58). - с. 30 - 34
Примак Т.О. Маркетингові дослідження української ментальності, або хто такий українець	№6 (58). - с. 35-43

КВАЛІФІКАЦІЯ МАРКЕТОЛОГІВ

Шульгіна Л.М. Маркетолог на підприємстві: стратег чи мішень? (Які знання та навички життєво необхідні)	№5 (57) - с. 61-66
Єрьоменко Г.В. Медіація - альтернативний спосіб розв'язання конфліктів, або і вівці цілі, і вовки не голодні	№5 (57) - с. 67-68
Єрьоменко Г.В. Кейс "Турецький Гамбіт"	№5 (57) - с. 69 - 70

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Іртлач М.О. Інструменти маркетингу територій у вирішенні проблем регіональної економіки	№ 1 (53) - с.42-45
---	--------------------

Шумейко В.М. Організаційні структури управління маркетингом на виробничих підприємствах	№ 1 (53) - с.46-48
Лівшиц В.Я. Особливості обслуговування корпоративних клієнтів на ринку офісної нерухомості в умовах фінансової кризи	№ 1 (53) - с.49-54
Кудирко О.В. Форми дослідницьких організацій: світовий досвід	№ 1 (53) - с.55-58
Шатарська І.Ф. Обґрунтування прийняття раціональних маркетингових рішень за допомогою ентропії	№ 2 (54) - с.11-14
Адзіес І. Поведінка урядів і корпорацій у період кризи	№ 2 (54) - с.15-16
Лилик І.В., Волянська О.О., Магдік М.І. Завоювання сектору кредитування для малого та середнього бізнесу	№ 3 (55) - с.39-41
Міненко М.А. Інституційна спроможність фахових об'єднань в Україні	№ 3 (55) - с.42-49
Іванова Л.О. Роль якості при формування маркетингової стратегії підприємствами готельного господарства	№ 3 (55) - с.50-56
Кирилова О.В. Маркетинг на ринку туристичних послуг	№ 3 (55) - с. 57-59
Буряченко А.Є.. Місцевий маркетинг у прийнятті управлінських рішень	№ 4 (56). - с. 32
Карпенко Н.В.. Система управління маркетингом у споживчій кооперації: методологія і практика	№4 (56). - с.37 - 42
Стефанишин В.Я. Побудова функціонуючої системи маркетингового бізнес-аналізу	№5 (57) - с. 22-26
Зайчук Т.О. Холі стичний ринок екологічно чистих продуктів харчування: концепція та етапи розвитку	№5 (57) - с. 27-33
Азарян О.М., Соболев В.О. Генезис трансформації роздрібної торгівлі в Україні та формування сучасної парадигми її розвитку	№5 (57) - с. 34-37
Лазебник М.Р., Лабурцева О.І., Лилик І.В., Лилик С.В.. Порівняльний аналіз методології класифікації та порядку складання скарг і запитань споживачів в Україні з чинною практикою у Європейському союзі та вимогами звернення Європейської комісії (SEC(2009)948) від 7.7.2009)	№6 (58). - с. 9- 21
Максимова Т.С., Жданова О.С., Івченко Є.В.. Особливості формування маркетингової стратегії та маркетингової політики на українських промислових підприємствах в умовах кризи	№6 (58). - с.22 - 26
Результати дослідження якості телефонного обслуговування страхових компаній України, представлені на засіданні клубу "HOT SKILLS"	№6 (58). - с.27 - 29

ОГЛЯД РИНКІВ

Олексюк О.І. "Невагоме багатство" ринку мінерально-столових вод України	№ 2 (54) - с.17-22
Кулицький С.П. Про сегментацію ринку ділових періодичних видань в Україні	№ 3 (55) - с.60-64
Цибулько А.В.. Оцінка потенціалу імпортозаміщення на українському ринку побутових котлів	№ 4 (56). - с.56
Арзуманян Р.Ч.. Ситуація на автомобільному ринку України	№ 4 (56). - с. 59 - 61
Закревський А.В.. Трансформація маркетингової орієнтації будівельної промисловості України під час економічної кризи	№4 (56). - с.62 - 65
Шкварчук Л.О.. Дослідження особливостей формування попиту на продовольчому ринку України	№6 (58). - с.44 - 48
Шафалюк О.К. Сучасні підходи в оптимізації асортиментних портфелів та архітектури брендів підприємств	№6 (58). -с. 49 - 58

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Луценко О.Б. Авто експерт -2009: результати експертного опитування топ-менеджменту українських автомобільних компаній	№ 1 (53) - с.13-14
Сафоненко А.М. Сервісне обслуговування у системі формування лояльності споживача	№ 1 (53) - с.15-18
Сокол А.М. Війна "цінників". Огляд автомобільного ринку України за лютий 2009 року	№ 1 (53) - с.19-22

Соколовський І.В. Вивчення задоволеності споживачів: важливість і специфіка застосування в автомобільній сфері	№ 1 (53) - с.23-27
Кракович Д.Ю. Застосування методу онлайн-опитування для побудови рейтингу українських закладів освіти	№ 1 (53) - с.28-30
Лилик І.В. Ринок маркетингових досліджень в Україні - 2008: експертна оцінка та аналіз УАМ	№ 1 (53) - с.31-35
Ліфанов С.М. Нестерпна легкість Інтернету. У бої за нових споживачів настав час залучати маркетологів. Інакше - "загальмуємо"!	№ 2 (54) - с.23-26
Данніков О.В. Аналіз загальноекономічних процесів в країні під час оцінки динаміки розвитку страхового ринку	№ 2 (54) - с.27-33
Виноходова С.Г. Розробка моделі планування маркетингової діяльності страхової компанії	№ 2 (54) - с.34-37
Дубинський І.О. Розвиток Інтернету в Україні відкриває нові можливості для маркетингових досліджень	№ 3 (55) - с. 11-13
Окландер М.А. Стратегічні маркетингові дослідження перспектив впливу наукових досліджень на інноваційний розвиток національної економіки	№ 3 (55) - с. 14-20
Бухалова Н.О. Як відпочинок на пляжі, краб та інші тварини принесли багатомільйонний прибуток	№ 3 (55) - с.21-23
Федорченко А.В. Маркетингові дослідження та прийняття управлінських рішень у складних економічних системах	№ 3 (55) - с.24-29
Литовка І.В.. Думка лікарів і фармацевтів - що змінилося за період кризи?	№4 (56) - с. 4 - 8
Даллоз С., Буайє А.. Дослідницький аналіз емоційних станів, які викликають почуття несправедливості під час туристичного відпочинку	№4 (56) - с. 9 - 16
Пилипенко В.М. Ринок маркетингових досліджень: погляд на 2009 рік.	№5 (57) - с. 14-20
Лян С.В. Оптимізація надання послуги в Україні "MYSTERY SHOPPING"	№5 (57) - с. 21

ТЕОРІЯ МАРКЕТИНГУ

К.Фокс, І. Скоробагатих, О. Сангінова. Вплив праць Філіпа Котлера в радянському Союзі і Росії	№4 (56) - с.43 - 51
Войчак А.В., Шумейко В.М. Дослідження сучасних концепцій маркетингу та маркетингового менеджменту	№4 (56) - с.52- 55

НАШІ ІНТЕРВ'Ю

Солнцев С.О., керівник програми сертифікації з маркетингових досліджень УАМ. Сертифікація маркетологів	№ 3 (55) - с.65-66
--	--------------------

ВИКЛАДАННЯ МАРКЕТИНГУ

Чухрай Н.І. Маркетингові компетенції і проблеми підготовки фахівців з маркетингу	№ 2 (54) - с.53-58
Мороз Л.А. Друге видання підручника "Маркетинг"	№ 2 (54) - с.59
Гребньов М.Г., Віннікова І.І. Кейс. Управління якістю - як важливий чинник конкурентоспроможності на фармринку	№ 2 (54) - с.60-63
Андрущенко Н.В., Лилик М.С., Туницька Г.І. Кейс. Управління маркетинговими комунікаціями на ринку безалкогольних напоїв в умовах кризи	№ 2 (54) - с.64-68
Оболенська Т.Є., Решетнікова І.Л.. Українсько - Французьке співробітництво у сфері вищої освіти	№4 (56) - с. 66 - 70

МАРКЕТИНГ У СВІТІ

- Директиви і Керівництва APQC з бенчмаркетингу № 2 (54) - с.51-52
 Директиви ESOMAR щодо проведення досліджень через мобільні телефони №6 (58). - с. 4 - 6
 Головні твердження про маркетинг в Угорщині №6(58). - с. 7 - 8

УПРАВЛІННЯ БРЕНДАМИ

- Шрамко І.К. Коли маркетинг "нафарбовує нігті", а бренд-менеджери "грають у гольф" №6 (58). - с.59 - 61
 Канищенко О.Л., Сухомліна О.І.. Ідентифікація бренда: юридичне визнання і маркетингові реалії №6 (58). - с.62 - 67

ЛОГІСТИКА

- Кальченко А.Г. Проблеми логістичного ринку послуг № 1 (53) - с.59-63
 Ліпіхіна Т.Д. Удосконалення системи митного контролю № 1 (53) - с.64-67

СОЦІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ

- Хамідова А.Ш. Соціально-відповідальний маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств хімічної промисловості № 2 (54) - с.38-40

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ

- Тарасенко І.О. Оцінка соціальної відповідальності бізнесу в управлінні сталим розвитком підприємства №5 (57)- с. 54-60

ІНТЕРНЕТ - МАРКЕТИНГ

- Герасименко В.Г., Давиденко І.В. Інтернет як засіб просування туристичних послуг № 2 (54) - с.41-46
 Гоцинський А.В. Віртуальні кластери як об'єкти інтегрованого маркетингового управління № 2 (54) - с.47-50
 Литовченко І.Л. Інтернет - маркетинг як інструмент антикризових програм підприємства № 5 (57) - с. 49-53

ДІЯЛЬНІСТЬ УАМ

- Львів. Клуб викладачів. Семінар-тренінг "Автоматизація обліку взаємовідносин з клієнтами за допомогою CRM- системи "Парус-Менеджмент і Маркетинг 7.40" № 2 (54) - с.69
 Третя всеукраїнська студентська олімпіада з маркетингу № 2 (54) - с.70
 Л.О. Харих. Діяльність Харківської обласної організації.
 Семінар - практикум "Директ - маркетинг. Від знайомства до продажів" №6 (58). - с.68



Міністерство освіти і науки України
Київський національний економічний університет
Українська Асоціація Маркетингу
Компанія TNS Ukraine



Спонсор номінацій



Всеукраїнський конкурс
студентських наукових робіт
із маркетингу
ім. Ігора Ткаченка



МОЛОДЬ ОПАНОВУЄ МАРКЕТИНГ

ВИМОГИ ДО НАУКОВИХ РОБІТ

1. Наукова праця має бути спрямована на висвітлення результатів конкретних маркетингових досліджень.
2. Наукова праця описує методику збирання даних чи їхню обробку.
3. Наукова праця аналізує сегменти ринку.

*Мета конкурсу
підвищення рівня підготовки фахівців
із маркетингу, сприяння розвитку
маркетингу в Україні*

*Номінація
Маркетингові дослідження
Маркетингові технології*

*Призи конкурсу:
1-а премія – 1500 грн
2-а премія – 1000 грн
3-тя премія – 500 грн
та спеціальні нагороди!*

*Наукова праця за обсягом має складати до 45 стор.,
бути оригінальною, без "води" й абстрактних міркувань.*

Оцінюватиметься якість роботи.

Із вимогами до наукових робіт
Ви можете ознайомитися на веб-сторінці
УАМ <http://uam.in.ua> та на веб-сторінці компанії
TNS Ukraine www.tns-global.com.ua

Роботи надсилайте на адресу: 03057, пр. Перемоги 54/1, оф. 434,436,
Київ, Українська Асоціація Маркетингу.

Роботи приймаються до 14 травня 2010 року у друкованому вигляді
(2 примірники + РР-презентація).

Термін проведення: вересень 2009 – квітень 2010 року.
2-3 червня 2010 року – підбиття підсумків та нагородження переможців.